

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan unsur utama dari sebuah penelitian. Objek penelitian juga perlu ditentukan sesuai dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini penulis menganalisis bauran pemasaran jasa dalam meningkatkan minat beli konsumen Restoran De Waas *Café* & Resto yang berada di Jalan bojong Koneng Atas, Puncak Sari No. D69, Cikutra – Bandung.

Adapun objek yang menjadi *variable independent* atau variabel bebasnya yaitu bauran pemasaran jasa (X) yang terdiri dari elemen-elemen sebagai berikut, produk (X<sub>1</sub>), harga (X<sub>2</sub>), lokasi (X<sub>3</sub>) promosi (X<sub>4</sub>), orang (X<sub>5</sub>), proses (X<sub>6</sub>), dan bukti fisik (X<sub>7</sub>) sedangkan *variable dependent* atau variabel terikatnya yaitu Minat Beli Konsumen (Y), di mana responden pada penelitian ini adalah pengunjung dari Restoran De Waas *Café* & Resto. Dan penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu bulan Februari 2018 sampai Agustus 2018. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu penelitian yang melakukan pengumpulan data pada satu waktu saja dengan satu fokus. Waktu disini dapat diartikan dalam satu hari, minggu, bulan atau tahun, tidak berkesinambungan dalam kurun waktu yang panjang (Umar 2010, hlm. 31).

#### **3.2 Jenis dan Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2016, hlm. 53) mengatakan bahwa :

“ Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain ”

Maksud dari penggunaan penelitian deskriptif dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa dalam meningkatkan minat beli konsumen.

Zahid Fathu Mubin, 2019

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN JASA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA RESTORAN DE WAAS CAFÉ & RESTO BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian verifikatif menurut Syatori & Gozali (2012: 53) ialah :

“Suatu penelitian yang akan digunakan untuk menguji kebenaran hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya”.

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel Bauran Pemasaran Jasa sebagai variabel bebas (X) dan variabel minat beli sebagai variabel terikat (Y).

### **3.2.2 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016, hlm. 2) definisi metode penelitian adalah :

“Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Berdasarkan jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang akan dilakukan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Menurut Kerlinger dikutip oleh Sugiyono (2016, hlm. 12) yang dimaksud dengan metode *explanatory survey* adalah

“Penelitian yang digunakan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis”.

Dengan demikian, penelitian *explanatory survey* umumnya melakukan pengambilan sampel yang representative (mewakili) populasi. Karena itu, teknik dan metode pengambilan sampel merupakan faktor yang sangat penting dalam penelitian *explanatory survey*.

### **3.3 Operasional Variabel**

Operasionalisasi variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian.

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN**

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Bauran Pemasaran Jasa ( X )	Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada konsumen, Fandy Tjiptono (2015, hlm.71)	Produk merupakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. <i>Kasmir &amp; Jafkar (2012, hlm 52)</i>	- Rasa dari produk De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	- Tingkat Rasa dari produk De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	Interval	1
			- Porsi dari produk De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	- Tingkat Porsi dari produk De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	Interval	2
			- Tampilan dari produk De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	- Tingkat Tampilan dari produk De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	Interval	3
			- Kebersihan dari produk De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	- Tingkat Kebersihan dari produk De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	Interval	4
			- Variasi menu yang ditawarkan oleh De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	- Tingkat Variasi menu yang ditawarkan oleh De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	Interval	5
			- Kesesuaian produk dengan gambar di buku menu De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	- Tingkat Kesesuaian produk dengan gambar di buku menu De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	Interval	6
		Harga merupakan salah satu aspek yang penting dalam bauran	- Keterjangkauan harga yang ditawarkan De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	- Tingkat keterjangkauan harga yang ditawarkan De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	Interval	7

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		pemasaran. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa (Kasmir & Jafkar, 2012, hlm.53).	- Kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan De Waas Café & Resto	- Tingkat kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan De Waas Café & Resto	Interval	8
			- Adanya potongan harga jika konsumen membeli makanan dalam jumlah banyak di De Waas Café & Resto	- Tingkat adanya potongan harga jika konsumen membeli makanan dalam jumlah banyak di De Waas Café & Resto	Interval	9
			- Pemberian ganti rugi jika konsumen menemukan kerusakan/Kesalahan pada Menu yang diberikan De Waas Café & Resto	- Tingkat pemberian ganti rugi jika konsumen menemukan kerusakan/Kesalahan pada Menu yang diberikan De Waas Café & Resto	Interval	10
		Lokasi Distribusi dalam bauran pemasaran merupakan saluran yang menghubungk	- Letak lokasi De Waas Café & Resto mudah untuk ditemukan	- Tingkat Letak lokasi De Waas Café & Resto mudah untuk ditemukan	Interval	11

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		an produsen kepada konsumen akhir (Johan, 2011, hlm. 65)	- Kemudahan transportasi umum menuju lokasi restoran De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	- Tingkat kemudahan transportasi umum menuju lokasi restoran De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	Interval	12
		Promosi merupakan informasi yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada calon konsumennya, sehingga calon konsumen tertarik dan ingin mencoba produk yang di promosikan. (Lupiyoadi & Hamdani, 2009, hlm.120)	- Informasi yang diposting lengkap dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami	- Tingkat Informasi yang diposting lengkap menggunakan bahasa yang mudah dipahami	Interval	13
			- Foto yang diposting terlihat jelas dan menarik	- Tingkat Foto yang diposting terlihat jelas dan menarik	Interval	14
			- Kecepatan dan keramahan admin dalam menanggapi komentar dari <i>followers</i>	- Tingkat kecepatan dan keramahan admin dalam menanggapi komentar dari <i>followers</i>	Interval	15
		Manusia adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi	- Kecepatan pelayanan karyawan restoran De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	- Tingkat Kecepatan pelayanan karyawan restoran De Waas <i>Café &amp; Resto</i>	Interval	16
			- Daya tanggap dalam pelayanan restoran De Waas <i>Café &amp; Resto</i> terhadap pelanggan yang	- Tingkat daya tanggap pelayanan karyawan restoran De Waas	Interval	17

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		pembeli (Hurriyati, 2010, hlm. 62)	datang			
			- Keramahan pelayan restoran De Waas Café & Resto terhadap pelanggan yang datang	- Tingkat keramahan pelayan restoran De Waas Café & Resto terhadap pelanggan yang datang	Interval	18
		Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa (Hurriyati, 2010, hlm. 64)	- Kecepatan pesanan dan penyajian di De Waas Café & Resto	- Tingkat kecepatan pesanan dan penyajian di De Waas Café & Resto	Interval	19
			- Pembayaran di De Waas Café & Resto	- Tingkat kemudahan pembayaran di De Waas Café & Resto	Interval	20
		Bukti Fisik <i>Physical evidence</i> merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan pelanggan. (Ratnasari & Aksa, 2011, hlm. 53)	- Kemenarikan ruangan dari De Waas Café & Resto	- Tingkat Kemenarikan ruangan dari De Waas Café & Resto	Interval	21
			- Ketersediaan musik di De Waas Café & Resto	- Tingkat ketersediaan musik di De Waas Café & Resto	Interval	22
			- Ketersediaan AC di De Waas Café & Resto	- Tingkat ketersediaan AC di De Waas Café & Resto	interval	23
			- Ketersediaan wastafel di De	- Tingkat ketersediaan	interval	24

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Minat beli (Y)	minat beli adalah sesuatu hal yang mewakili konsumen yang mempunyai keinginan atau rencana untuk bersedia membeli suatu produk atau layanan di masa depan. Schiffman dan Kanuk (2010)		Waas Café & Resto	wastafel di De Waas Café & Resto		
			- Ketersediaan buku menu di De Waas Café & Resto	- Tingkat ketersediaan buku menu di restoran De Waas Café & Resto	Interval	25
		Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk (Ferdinand, 2009)	- Adanya keinginan untuk mempunyai pengalaman makan di restoran De Waas Café & Resto dengan melihat langsung pemandangan Kota Bandung	- Tingkat keinginan untuk mempunyai pengalaman makan dengan melihat langsung pemandangan Kota Bandung	Interval	26
			- Adanya keinginan untuk membeli karena adanya potongan harga/promosi di restoran De Waas Café & Resto	- Tingkat keinginan untuk membeli karena adanya potongan harga/promosi di restoran De Waas Café & Resto	Interval	27
		Minat referensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain (Ferdinand,	- Adanya keinginan merekomendasikan makan di restoran De Waas Café & Resto kepada keluarga	- Tingkat keinginan merekomendasikan makan di restoran De Waas Café & Resto kepada keluarga	Interval	28
			- Adanya keinginan merekomendasikan	- Tingkat keinginan merekomendasikan	Interval	29

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		2009)	an makan di restoran De Waas Café & Resto kepada teman-teman	n makan di restoran De Waas Café & Resto kepada teman-teman		
			- Adanya keinginan merekomendasikan makan di restoran De Waas Café & Resto kepada orang lain	- Tingkat keinginan merekomendasikan makan di restoran De Waas Café & Resto kepada orang lain	Interval	30
		Minat preferensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk tersebut sebagai pilihan utama dan hanya bisa diganti jika terjadi sesuatu terhadap produk tersebut (Ferdinand, 2009)	- Adanya keinginan merekomendasikan makan di restoran De Waas Café & Resto sebagai pilihan utama kepada keluarga	- Tingkat adanya keinginan merekomendasikan makan di restoran De Waas Café & Resto sebagai pilihan utama kepada keluarga	Interval	31
			- Adanya keinginan merekomendasikan makan di restoran De Waas Café & Resto sebagai pilihan utama kepada teman-teman	- Tingkat adanya keinginan merekomendasikan makan di restoran De Waas Café & Resto sebagai pilihan utama kepada teman-teman	Interval	32
			- Adanya keinginan merekomendasikan makan di restoran De Waas Café & Resto	- Tingkat adanya keinginan merekomendasikan makan di restoran De Waas Café & Resto	Interval	33



Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			sebagai pilihan utama kepada orang lain	sebagai pilihan utama kepada orang lain		
		Minat eksploratif yaitu kecenderungan seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya sebagai pendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut (Ferdinand, 2009)	Adanya keinginan mencari informasi lebih mengenai restoran De Waas Café & Resto	- Tingkat keinginan mencari informasi lebih mengenai restoran De Waas Café & Resto	Interval	34
			Adanya keinginan mengunjungi restoran De Waas Café & Resto	- Tingkat keinginan mengunjungi restoran De Waas Café & Resto	Interval	35
			Adanya keinginan mencoba produk restoran De Waas Café & Resto	- Tingkat keinginan mencoba produk restoran De Waas Café & Resto	Interval	36

Sumber : Data diolah 2018

### 3.4 Populasi dan sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016, hlm. 80) definisi populasi adalah :

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Berdasarkan pengertian di atas, maka dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah pengunjung dari Restoran De Waas *Café & Resto* dan yang pernah mempunyai pengalaman makan dan minum di restoran De Waas *Café & Resto*. Dan penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu bulan Februari 2018 sampai Agustus 2018.

**TABEL 3.2**  
**JUMLAH PENGUNJUNG**  
**RESTORAN DE WAAS CAFÉ DAN RESTO TAHUN 2017**

Bulan	Perbulan	Perhari
Januari	1209	40
Februari	1008	34
Maret	814	27
April	957	32
Mei	995	33
Juni	1909	64
Juli	1130	38
Agustus	1106	37
September	1015	34
Oktober	1052	35
November	993	33
Desember	1849	62
JUMLAH	14037	468
RATA - RATA	1170	39

(Sumber: *Owner De Waas Café dan Resto* Jumat 12 Januari 2018)

Berdasarkan Tabel 3.2 diketahui jumlah rata-rata perbulan dan perhari pengunjung restoran De Waas *Café & Resto* pada tahun 2017, jumlah pengunjung pada tahun 2017 perbulannya sebanyak 1170 pengunjung, dan pengunjung perharinya sebanyak 39 pengunjung. Sehingga jumlah populasi konsumen dari restoran De Waas *Café & Resto* sebanyak seribu seratus tujuh puluh orang.

### 3.4.2 Sampel

Menurut Sujarweni (2015, hlm. 81) definisi sampel adalah :

“Sampel adalah sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”

Maka dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan rumus

Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Jumlah elemen / anggota sampel

Zahid Fathu Mubin, 2019

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN JASA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA RESTORAN DE WAAS CAFÉ & RESTO BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

N = Jumlah elemen / anggota populasi  
 e = Error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1 % atau 0,01, 5 % atau 0,05, dan 10 % atau 0,1) (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 1170 orang dan presisi yang ditetapkan atau tingkat signifikansi 0,1 maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n = \frac{1170}{1 + (1170 \times 0,1^2)} = 92,125 \approx 92$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka hasil yang telah didapatkan untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini dengan  $e = 10\%$  ialah sebesar 92 responden.

### 3.5 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu jenis data primer dan jenis data sekunder.

Menurut Demartoto (2014, hlm. 100) data primer adalah :

“Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari lapangan atau tempat penelitian, yaitu melalui observasi dan kuesioner”

Menurut Bungin (2011, hlm. 132) data sekunder adalah :

“Bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang dibutuhkan, data dari catatan-catatan dan dokumentasi dari pihak instansi yang terkait”

**TABEL 3.3**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1	Sejarah Perusahaan	Data Primer	Manajemen De Waas Café & Resto
2	Data jumlah penjualan di De Waas Café & Resto	Data Sekunder	Manajemen De Waas Café & Resto

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
3	Tanggapan responden terhadap Bauran Pemasaran Jasa pada De Waas Café & Resto	Data Primer	Kuisisioner
4	Tanggapan responden terhadap minat beli pada De Waas Café & Resto	Data Primer	Kuisisioner

Sumber : data diolah 2018

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 401) Teknik pengumpulan data adalah :

“Langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”

Menurut Noor (2011, hlm. 138) teknik pengumpulan data adalah :

“Cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian”

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah melalui wawancara (*interview*), kuesioner (*quesioner*) dan pengamatan (*observation*).

#### 1. Wawancara (*interview*)

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 194) wawancara adalah :

“Ialah teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Wawancara dapat dilakukan melalui wawancara terstruktur maupun wawancara tidak terstruktur serta dapat juga dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon”

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Owner De Waas Café & Resto yaitu Kang Bony dengan tidak menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu (wawancara tidak terstruktur). Tujuan peneliti mewawancarai yaitu untuk mengetahui sejarah berdirinya De Waas Café & Resto, perkembangan usaha yang dijalankan, serta bagaimana cara mereka meningkatkan

minat beli konsumennya

## 2. Kuesioner (*questioner*)

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 199) kuesioner adalah :

“Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.”

Kuesioner dalam penelitian ini dibuat menjadi kuesioner online (*Google Form*) dan offline yang akan disebarkan kepada responden.

## 3. Pengamatan (*observation*)

Menurut Utama & Mahadewi (2012, hlm. 52) observasi adalah :

“Teknik pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.”

Peneliti akan melakukan observasi dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan situasi sosial dan kondisi De Waas Café & Resto dengan mengunjungi De Waas Café & Resto secara langsung dalam kurun waktu yang dibutuhkan oleh peneliti.

### 3.7 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran *semantic differential*, Menurut Sugiyono (2015, hlm. 97-100) *semantic differential* yaitu skala untuk mengukur sikap, tetapi bentuknya bukan pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negative terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh ialah data interval, responden yang memberikan penilaian dengan angka 7 berarti sangat positif, sedangkan responden yang memberikan penilaian dengan angka 1 berarti sangat negatif.

**TABEL 3.4**  
**SKOR ALTERNATIF JAWABAN RESPONDEN**

Alternatif Jawaban	Positif	Rentang Jawaban							Negatif
Skor		7	6	5	4	3	2	1	

Sumber : Menurut Sugiyono (2015, hlm. 97)

### 3.8 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Data

#### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pada penelitian ini peneliti akan mengungkap hasil uji validitas sehingga terlihat adanya hasil yang sama antara data yang diolah dengan objek yang diteliti yaitu Bauran pemasaran jasa (X) yang terdiri dari produk (X<sub>1</sub>), harga (X<sub>2</sub>), lokasi (X<sub>3</sub>) promosi (X<sub>4</sub>), orang (X<sub>5</sub>), proses (X<sub>6</sub>), dan bukti fisik (X<sub>7</sub>) sedangkan *variable dependent* atau variabel terikatnya yaitu Minat Beli Konsumen (Y) pada De Waas Café & Resto.

Menurut Sugiyono (2016, hlm.168) mengemukakan bahwa:

“Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Menurut Noor (2014, hlm. 19) terdapat hal-hal pokok mengenai uji validitas, diantaranya:

1. Uji validitas sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dapat mendefinisikan suatu variabel.
2. Pada umumnya, daftar pertanyaan pada kuesioner ini untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu.
3. Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel | df=n-k dengan tingkat kesalahan 10%.
4. Jika  $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ , maka butir soal disebut valid

Adapun data yang diperlukan dalam rumus adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Zahid Fathu Mubin, 2019  
ANALISIS BAURAN PEMASARAN JASA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA RESTORAN DE WAAS CAFÉ & RESTO BANDUNG  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterangan:

N = Banyaknya responden

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan dikatakan valid jika,  $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan dikatakan tidak valid jika,  $r_{hitung} < r_{tabel}$
3. Berdasarkan pengujian validitas kepada 30 responden dengan tingkat kesalahan sebesar 10% dan derajat kebebasan  $n-k$  ( $30-2=28$ ), maka nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,3061.

Pengujian validitas yang dilakukan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan program SPSS 22.0 *for windows* berdasarkan data kuesioner yang telah disebarkan kepada 30 responden dan mendapatkan hasil uji validitas kuesioner mengenai variabel bauran pemasaran jasa (X) yang terdiri dari elemen-elemen produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ) promosi ( $X_4$ ), orang ( $X_5$ ), proses ( $X_6$ ), dan bukti fisik ( $X_7$ ) sedangkan *variable dependent* atau variabel terikatnya yaitu Minat Beli Konsumen (Y) pada De Waas Café & Resto sebagai berikut ini.

**TABEL 3.5**  
**HASIL UJI VALIDITAS KUESIONER**  
**BAURAN PEMASARAN JASA**

NO	PERNYATAAN	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	KET
PRODUK				
1	Rasa produk	0,3061	0,682	valid
2	Porsi produk	0,3061	0,655	valid
3	Tampilan produk	0,3061	0,686	valid

4	Kebersihan produk	0,3061	0,644	valid
5	Variasi menu	0,3061	0,630	valid
NO	PERNYATAAN	r <sub>tabel</sub>	r <sub>hitung</sub>	KET
PRODUK				
6	Kesesuaian produk dengan gambar di buku menu	0,3061	0,599	valid
HARGA				
7	Harga yang ditawarkan terjangkau	0,3061	0,537	valid
8	Harga sesuai dengan produk yang ditawarkan	0,3061	0,778	valid
9	Adanya potongan harga dalam pembelian jumlah banyak	0,3061	0,801	valid
10	Adanya ganti rugi jika ada kerusakan produk	0,3061	0,794	valid
LOKASI				
11	Lokasi De Waas Café & Resto mudah ditemukan	0,3061	0,857	valid
12	Adanya transportasi umum yang melintas	0,3061	0,906	valid
PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DAN FACEBOOK				
13	Informasi yang diposting menggunakan bahasa yang mudah dipahami	0,3061	0,864	valid
14	Foto yang diposting terlihat jelas dan menarik	0,3061	0,928	valid
15	Admin cepat dalam menanggapi pertanyaan <i>followers</i>	0,3061	0,858	valid
MANUSIA				
16	Pelayanan cepat dalam melayani	0,3061	0,883	valid
17	Daya tanggap pelayan terhadap pelanggan yang dating	0,3061	0,899	valid
18	Pelayan ramah dalam melayani	0,3061	0,849	valid
PROSES				
19	Kecepatan pesanan dan penyajian	0,3061	0,935	valid
20	Kemudahan dalam pembayaran	0,3061	0,933	valid
BUKTI FISIK				
21	Ruangan menarik	0,3061	0,878	valid
22	Adanya music	0,3061	0,849	valid
23	Adanya AC	0,3061	0,645	valid
24	Adanya wastafel	0,3061	0,828	valid
25	Buku menu tersedia dengan baik	0,3061	0,864	valid



Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.4 menunjukkan bahwa hasil uji validitas kuesioner mengenai variabel Bauran Pemasaran Jasa (X) yang terdiri dari elemen-elemen produk (X<sub>1</sub>), harga (X<sub>2</sub>), lokasi (X<sub>3</sub>) promosi (X<sub>4</sub>), orang (X<sub>5</sub>), proses (X<sub>6</sub>), dan bukti fisik (X<sub>7</sub>) memperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan ketentuan  $r_{tabel}$  adalah 0,3061. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dikatakan valid dan dapat digunakan dalam mengukur variabel Bauran Pemasaran Jasa.

**TABEL 3.6**  
**HASIL UJI VALIDITAS KUESIONER**  
**MINAT BELI**

NO	PERTANYAAN	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	KET
<b>MINAT BELI TRANSAKSIONAL</b>				
26	Membeli produk restoran De Waas Café & Resto karena ingin mendapat pengalaman	0,3061	0,718	Valid
28	Membeli produk restoran De Waas Café & Resto karena adanya potongan harga/promosi	0,3061	0,757	Valid
<b>MINAT BELI REFRENSIAL</b>				
29	Merekomendasikan restoran De Waas Café & Resto kepada keluarga	0,3061	0,851	Valid
30	Merekomendasikan restoran De Waas Café & Resto kepada teman-teman	0,3061	0,918	Valid
31	Merekomendasikan restoran De Waas Café & Resto kepada orang lain	0,3061	0,888	Valid
<b>MINAT BELI PREFENSIAL</b>				
32	Merekomendasikan restoran De Waas Café & Resto sebagai pilihan utama kepada keluarga	0,3061	0,808	Valid
33	Merekomendasikan restoran De Waas Café & Resto sebagai pilihan utama kepada teman-teman	0,3061	0,829	Valid
34	Merekomendasikan restoran De Waas Café & Resto sebagai pilihan utama kepada orang lain	0,3061	0,813	Valid
<b>MINAT BELI EKSPLORATIF</b>				
35	Adanya keinginan mencari informasi lebih mengenai restoran De Waas Café & Resto	0,3061	0,893	Valid

Zahid Fathu Mubin, 2019

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN JASA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA RESTORAN DE WAAS CAFÉ & RESTO BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sumber: Data diolah, 2018

36	Adanya keinginan mengunjungi restoran De Waas Café & Resto	0,3061	0,901	Valid
37	Adanya keinginan mencoba produk restoran De Waas Café & Resto	0,3061	0,901	Valid

Berdasarkan Tabel 3.5 mengenai hasil uji validitas kuesioner variabel minat beli (Y) yang menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dikatakan valid karena memperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan ketentuan  $r_{tabel}$  adalah 0,3061 sehingga kuesioner ini dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas menurut Noor (2014, hlm. 24) merupakan pengukuran dengan menggunakan *Alfa Cronbach* untuk menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, menggunakan koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach*.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung *Alpha Cronbach* menurut Noor (2014, hlm. 24) adalah sebagai berikut:

$$r_h = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Sedangkan untuk mencari  $\sigma^2$  ialah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

keterangan :

$r_h$  = reliabilitas instrumen

k = banyaknya item pertanyaan

$\sum \sigma^2$  = jumlah item pertanyaan

$\sigma_1^2$  = varians total

Menurut instrumen, kriteria pengujian reliabilitas menurut Joko Widyanto (2012, hlm. 43) sebagai berikut :

1. Jika  $r_{Cronbach\ alpha} > r_{tabel}$  maka pernyataan dikatakan *reliabel* atau konsisten.
2. Jika  $r_{Cronbach\ alpha} < r_{tabel}$  maka pernyataan dikatakan tidak *reliabel* atau tidak konsisten

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 22.0 *for windows* dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.7 sebagai berikut:

**TABEL 3.7**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**

No	Variabel	r table	cronbach alpha	Ket
1	Produk	0,3061	0,722	Reliabel
2	Harga	0,3061	0,702	Reliabel
3	Lokasi	0,3061	0,708	Reliabel
4	Promosi Melalui Instagram dan Facebook	0,3061	0,786	Reliabel
5	Manusia	0,3061	0,848	Reliabel
6	Proses	0,3061	0,853	Reliabel
7	Bukti Fisik	0,3061	0,842	Reliabel
8	Minat Beli	0,3061	0,948	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.6 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner mengenai Bauran Pemasaran jasa (X) dinyatakan reliabel dikarenakan nilai alpha produk ( $X_1$ )  $0,722 > 0,3061$ , harga ( $X_2$ )  $0,702 > 0,3061$ , lokasi ( $X_3$ )  $0,708 > 0,3061$ , promosi ( $X_4$ )  $0,786 > 0,3061$ , orang ( $X_5$ )  $0,848 > 0,3061$ , proses ( $X_6$ )  $0,853 > 0,3061$ , dan bukti fisik ( $X_7$ )  $0,842 > 0,3061$ . Selain itu, hasil pengujian reliabilitas pada kuesioner variabel minat beli (Y) juga memperoleh nilai alpha sebesar  $0,948 > 0,3061$  sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan reliable, dan kuesioner tersebut sudah baik serta secara positif berkorelasi satu sama lain.

### 3.9 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Sugiyono (2016, hlm. 147) adalah menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Adapun rumus dalam mencari hasil skor ideal adalah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Indeks Maksimum} = \frac{\text{Skor interval tertinggi} \times \text{Jumlah item pertanyaan}}{\text{setiap dimensi} \times \text{Jumlah responden}}$$

Nilai Indeks Minimum	= Skor interval terendah x Jumlah item pertanyaan setiap dimensi x Jumlah responden
Jarak Interval	= (Nilai Maksimum-Nilai minimum) : Skor Interval
Persentase Skor	= (Total Skor : Nilai maksimum) x 100%

Analisis deskriptif dalam penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif mengenai Bauran Pemasaran Jasa di restoran De Waas Café & Resto Bandung yang terdiri dari elemen-elemen sebagai berikut, produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.
2. Analisis deskriptif mengenai minat beli pada restoran De Waas Café & Resto Bandung yang terdiri dari minat transaksional, minat referensial, minat preferensial serta minat eksploratif.

Hasil perhitungan data responden dikategorikan dengan menggunakan kriteria penafsiran presentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas yang disajikan pada Tabel 3.8 sebagai berikut ini:

**TABEL 3.8**  
**KRITERIA PENAFSIRAN PERHITUNGAN RESPONDEN**

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1-25%	Sebagian Kecil
3	26-49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51-75%	Sebagian Besar
6	76-99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch Ali (1985, hlm. 184)

### 3.10 Analisis Verifikatif

Alat yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner, yang disusun peneliti berdasarkan variabel yang terdapat didalam penelitian ini, yaitu memberikan data mengenai Bauran Pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap minat beli.

Zahid Fathu Mubin, 2019

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN JASA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA RESTORAN DE WAAS CAFÉ & RESTO BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sehingga metode analisis yang digunakan ialah analisis regresi sederhana untuk mengetahui besaran pengaruh variabel Bauran Pemasaran Jasa (X) yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap minat beli (Y) pada De Waas Café & Resto Bandung.

### 3.10.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data, menurut Singgih Santoso (2012, hlm. 342) mengemukakan “Sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan sebuah model yang baik adalah dengan kesalahan peramalan seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi yang biasa disebut asumsi klasik. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah :

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghazali (2011, hlm. 160) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sampel dalam penelitian ini berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan *software statistic* yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22.0 for windows dengan  $\alpha = 0,1$  dibandingkan dengan hasil taraf signifikan.

$$D = \text{Maximum } [S(x) - F_o(x)]$$

Sugiyono (2014)

Ket:

D = Deviasi

S(x) = Distribusi frekuensi yang observasi

F<sub>o</sub>(x) = Distribusi kumulatif teoritis

- a. Jika signifikansi yang diperoleh  $> \alpha$ , maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- b. Jika signifikansi yang diperoleh  $< \alpha$ , maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

#### 2. Uji Linearitas

Uji Linearitas menurut Sudjana (2005, hlm. 331) digunakan untuk menguji

kelinear regresi, yaitu apakah model linear yang diambil cocok dengan keadaannya atau tidak. Jika cocok maka pengujian dilanjutkan dengan model sederhana. Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan *software statistic* yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22.0 *for windows* dengan

$\alpha = 0,1$  dibandingkan dengan probabilitas signifikan.

$$F = \frac{R^2(n - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Sugiyono (2014)

Ket:

n = banyak anggota sampel (responden)

m = banyak prediktor

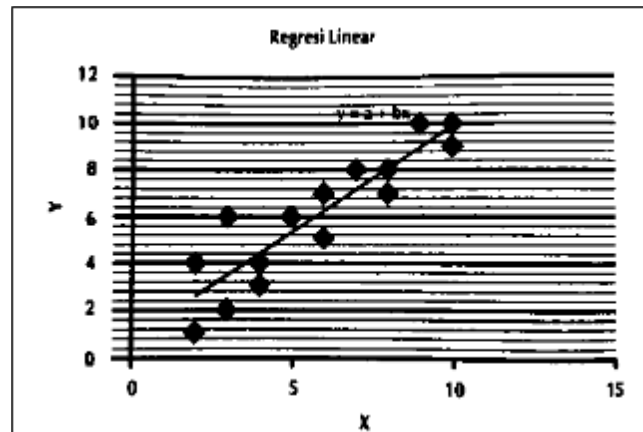
R = Korelasi

- a. Jika probabilitas sig. >  $\alpha$ , maka variabel independen dengan variabel dependen terdapat kelinearan.
- b. Jika probabilitas sig. <  $\alpha$ , maka variabel independen dengan variabel dependen tidak terdapat kelinearan.

### 3. Diagram Pencar

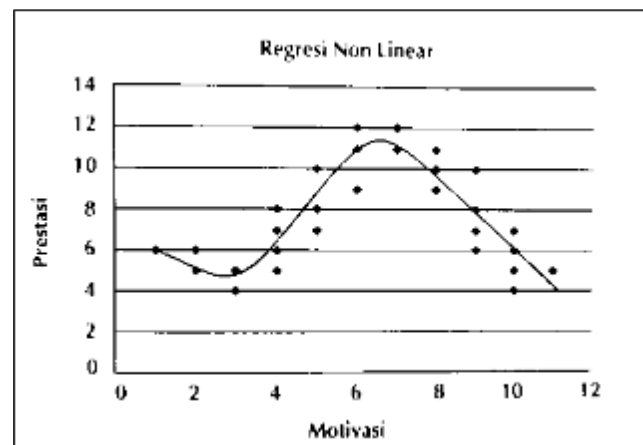
Diagram pencar digunakan untuk mengetahui gambaran secara kasar mengenai pola hubungan variabel Y (minat beli) atas variabel X (Bauran Pemasaran Jasa) dalam bentuk titik-titik. Menurut Susetyo (2014, hlm. 126) jika garis lurus tidak tepat pada titik-titik di diagram pencar akan terdapat deviasi (penyimpangan) setiap skor y terhadap persamaan garis lurus.

Bentuk analisis regresi linier melalui diagram pencar ialah sebagai berikut:



Sumber: Susetyo (2014, hlm. 126)

**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI LINEAR**



Sumber: Susetyo (2014, hlm. 126)

**GAMBAR 3.2**  
**REGRESI NON LINEAR**

Gambar 3.1 menunjukkan pola hubungan variabel X dan Y ialah hubungan lurus yang linear, sedangkan garis lurus merupakan garis persamaan  $Y = a + bX$ . Sedangkan Gambar 3.2 menunjukkan pola hubungan variabel X dan Y ialah hubungan yang tidak garis lurus atau nonlinier.

#### 4. Uji Titik Terpencil

Setelah menggambarkan hasil pengamatan diagram pencar dan sudah bisa menentukan pola garis lurus, maka langkah selanjutnya adalah memperhatikan diagram pencar pada titik yang letaknya terpencil. Statistik uji yang digunakan adalah:

Zahid Fathu Mubin, 2019

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN JASA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA RESTORAN DE WAAS CAFÉ & RESTO BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$t = \frac{Y - \hat{Y}}{S_Y - \hat{Y}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:19)

Keterangan:

$\hat{Y}$  : Variabel dependen atau nilai variabel yang diprediksikan.

$Y$  : Skor nilai variabel dependen

$S_Y$  : Standar error untuk  $Y$

Dimana kriteria yang digunakan dalam uji ini yaitu:

$t > t_{n-2}$  : Tolak, artinya titik yang mencurigakan dianggap sebagai titik terpencil dan harus dikeluarkan dari analisis.

$t \leq t_{n-2}$  : Terima, artinya titik yang mencurigakan tidak dianggap sebagai titik terpencil dan tidak perlu dikeluarkan dari analisis.

### 3.10.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Persamaan regresi sederhana dengan satu *predictor* menurut Sugiyono (2016, hlm. 188) dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

$Y$  = variabel dependen

$a$  = Harga  $Y$  bila  $X = 0$  (harga konstan)

$b$  = Koefisien regresi

$X$  = variabel independen

Selain itu, harga  $a$  dan  $b$  bisa dicari menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$



### 3.10.3 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2015, hlm. 231) dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut koefisien determinasi yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ). Koefisien determinasi merupakan proporsi atau presentase dari total variansi Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variabel bebas yang menjalankan atau menerangkan variabel terikatnya di dalam sebuah fungsi yang bersangkutan.

$$\text{Koefisien determinasi} = r^2 \times 100\%$$

Koefisien determinasi disebut koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen. Adapun untuk mengetahui kuat atau lemahnya suatu pengaruh variabel X terhadap Y dapat dilihat pada Tabel 3.9 berikut ini:

**TABEL 3.9**  
**KOEFISIEN DETERMINASI *GUILFORD***

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,69	Sedang
0,70 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2012, hlm. 250)

### 3.11 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan tahapan analisis data deskriptif dan verifikatif maka tahap selanjutnya ialah menguji hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mencari kebenaran hipotesis sebelumnya, yaitu mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y dengan menggunakan Uji F dan Uji T sebagai berikut:

#### 3.11.1 Uji F ( Uji Keberartian Regresi )

Uji F digunakan untuk menguji keberartian regresi, sehingga penelitian dengan analisis regresi dapat dilanjutkan. Hipotesis statistiknya sebagai berikut:

1.  $H_0$  : regresi tidak berarti

## 2. $H_a$ : regresi berarti

Keberartian regresi di uji menggunakan uji F atau uji ANOVA dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ , yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

(Sugiyono, 2014, hlm. 235)

Keterangan:

R = Nilai koefisien regresi

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

F hasil perhitungan tersebut dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikansi 0,1. Kriteria penerimaan dan penolakan ialah sebagai berikut:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditola

### 3.11.2 Uji T ( Uji Keberartian Koefisien Regresi )

Selain uji F, maka perlu dilakukan uji T juga untuk mengetahui keberartian koefisien regresi. Hipotesis yang akan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel independen yaitu Bauran Pemasaran Jasa terhadap variabel dependen ialah minat beli (Y). Hipotesis statistik ialah sebagai berikut:

1.  $H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak ada pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap minat beli.
2.  $H_a : \rho > 0$ , artinya ada pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap minat beli.

Adapun rumus yang digunakan dalam uji T ini ialah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2014, hlm. 184)

Keterangan:

t = Distribusi *student*

r = Koefisien regresi variabel

n = Banyaknya sampel

Selanjutnya, untuk melihat  $t_{tabel}$  harus digunakan distribusi *student t* dengan  $dk=(n-2)$ , dengan uji pihak kanan dan pihak kiri (uji 2 pihak/*two tail test*), berdasarkan kriteria uji t sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak